

## ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis transportasi yang sangat ketat memacu PT. Kereta Api (Persero) untuk memikirkan dan melakukan langkah-langkah yang tepat untuk tetap dapat bersaing dalam bisnis tersebut. Mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan salah satu langkah yang tepat untuk tetap dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Salah satu strategi satu perusahaan agar mampu bersaing adalah melalui operasional *public relations* dengan baik yaitu strategi kualitas pelayanan *Customs Service* yang baik dalam memberikan pelayanan kepada penumpang.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pelayanan *customer service* PT. KAI (Persero) dengan Kepuasan penumpang *Commuter Line* di Stasiun Depok yang dilihat dari lima kualitas pelayanan yaitu *reliability, responsiveness, Assurances, empathy, dan tangible*.

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan rancangan korelasional dengan menyebarkan angket dengan kuesioner yang diberikan kepada responden dalam mengumpulkan data. Penarikan sampel didasari oleh teknik *accidental sampling* sehingga menghasilkan jumlah responden sebanyak 100 orang penumpang KAI pengguna *Commuter Line* Di Stasiun Depok. Hasil angket kemudian dihitung dengan menggunakan rumus *Rrank Spearman*. Hasil perhitungan kemudian digunakan untuk mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis pada masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk skala ordinal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan *customer service* PT. KAI (Persero) berhubungan secara signifikan dengan Kepuasan penumpang *Commuter Line* di Stasiun Depok dilihat dari segi aspek pelayanan yaitu *reliability, responsiveness, Assurances, empathy, dan tangible*. Dimana peningkatan pelayanan *customer service* yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan penumpang *commuter line* di stasiun Depok.

**Kata Kunci : Pelayanan *Customer Service* dan Kepuasan Penumpang**

## ***ABSTRACT***

Competition in the transportation business very tight spur PT. Kereta Api (Persero) to consider and undertake appropriate measures to remain competitive in the business. Maintaining customer satisfaction is one of the appropriate measures to remain competitive and market share.

Based on the description of the background, the authors are interested in doing research that aims to understand the relationship between service customer service PT. KAI (Persero) with Commuter Line passenger satisfaction in Depok Station as seen from the five service quality are reliability, responsiveness, Assurances, empathy, and tangible.

The research method uses quantitative methods to spread the correlational design with a questionnaire with a questionnaire given to respondents in collecting data. Sampling is constituted by accidental sampling technique resulting in a number of respondents as many as 100 passengers user KAI Commuter Line In Depok Station. The questionnaire results were then calculated using the formula Rrank Spearman. Results of calculations are then used to find the relationship or to test hypotheses on the significance of each variable are linked in the form of an ordinal scale.

Based on the results of research conducted by the author, it can be concluded that the service of customer service PT. KAI (Persero) significantly related to passenger satisfaction Depok Station Commuter Line in terms of service aspects, namely reliability, responsiveness, Assurances, empathy, and tangible. Where the service improvement that better customer service will improve passenger satisfaction commuter line in Depok station.

***Keywords : Quality of Customer Care Service, Passenger Satisfaction***